

DAFTAR PUSTAKA

- Aftika, Sonia, Winda Kartika, Sri Widyasari, and Vicky F. Sanjaya. (2020). Pengaruh *Rating Review* Belanja Di Shopee Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)* 33(2):141–49.
- Ardianto, Khowin, Fania Putri Nuriska, and Lia Nirawati. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Emina Pada Official Store Shopee Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara* 2(2). doi: 10.31599/jmu.v2i2.759.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2022). *Profil Internet Indonesia 2022 (Indonesian Internet Profile 2022)*. APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).
- BPS. (2020). *Statistik Telekomunikasi Indonesia*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- BPS Demak. (2022). Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak. *BPS Kabupaten Demak*.
- Cheong, Jian Wei, Siva Muthaly, and Cheng Han. (2019). The Study of *Online Reviews* and Its Relationship to *Online Purchase Intention* for Electronic Products among the Millennials in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 1519–38. doi: 10.1108/APJML-03-2019-0192.
- CNBC Indonesia. (2018). Produk Fashion Paling Diminati Dalam Belanja *Online*. *CNBC Indonesia*. Retrieved October 29, 2021 (<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180119164658-33-2018/produk-fashion-paling-diminati-dalam-belanja-online>).
- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan 1. Makassar: Global research and consulting institute.
- Fatihudin, Didin. (2020). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi Dari Teori Ke Praktek*. Edisi Revi. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Fauzi, Saipulloh, and Lia Febria Lina. (2021). Peran Foto Produk, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Pada Minat Beli Konsumen Di *E-commerce*. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2(1):21–26.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 5. BP Undip: Badan penerbit Universitas Diponegoro.

- Firmansyah, Muhammad Anang. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan 1. CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriah, Maria. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Cetakan 1. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Gabriela, Yoshua, and M. Rachman Mulyandi. (2022). Pengaruh *Online Customer Review Dan Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Pelanggan *E-commerce*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Parawisata Dan Perhotelan* 1(1).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, Rivan Christian, and Andi Wijaya. (2022). Pengaruh *Brand Ambassador, Brand image Dan Brand Awareness* Terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4(1):198–205.
- Hasrul, Aditya Farhan, Suharyati, and Rosali Sembiring. (2021). Analisis Pengaruh *Online Customer Review Dan Rating* Terhadap Minat Beli Produk Elektronik Di Tokopedia. (*Korelasi*) *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN Veteran Jakarta* 2:1352–65.
- Helversen, Bettina Von, Katarzyna Abramczuk, Wiesław Kopec, and Radoslaw Nielek. (2018). Influence of Consumer Reviews on *Online Purchasing Decisions* in Older and Younger Adults. *Decision Support Systems* 113(March):1–10. doi: 10.1016/j.dss.2018.05.006.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan 1. Surabaya: Unitiomomo Press.
- Karo, Kanisius, Teguh Soedarto, Sri Widiyanti, and Nisa Hafi Idhoh Fitriana. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Buah Dan Sayur Di *E-commerce Sayur Box Surabaya* Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh* 9:739–47.
- Khafidatul, Ilmiyah, and Indra Krishernawan. (2020). *Motivasi Berbelanja Di Marketplace Shopee*. Edisi 1. Jawa Timur: Damarwiyata Press.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Edition 15. New Jersey: Pearson Prentic Hall.
- Kusumaningsih, Sabtarini, Joko Sutopo, and Fenti Nurlaeli. (2021). *Buku Panduan Marketplace*. Cetakan 1. Jawa Timur: CV Global Aksara Pers.

- Lupiyoadi, Rambat. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba empat.
- Mokodompit, Hana Yoflike, Joyce Lopian, and Ferdy Roring. (2022). Pengaruh *Online Customer Rating*, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir FEB Unsrat). *Jurnal Emba* 10(3):975–84.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Edisi 1. Bandung: Alfabeta.
- Putri, Berliana Windy Suwardi, and Sentot Imam Wahjono. (2022). Struktur Organisasi Di Shopee. *Universitas Muhammadiyah Surabaya*.
- Rahman, Adnan, Tanvir Abir, Dewan Muhammad Nur A. Yazdani, Abu Bakar Abdul Hamid, and Abdullah Al Mamun. (2020). *Brand image*, EWOM, Trust and *Online Purchase Intention* of Digital Products among Malaysian Consumers. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology* XII(III):4935–46. doi: 10.37896/jxat12.03/452.
- Rahmawati, Anna Irma. (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgrri Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi Kreatif* 1(1):18–23.
- Rosiana, Ita, Bayu Surindra, and Efa Wahyu Prastyaningtyas. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa Pada Belanja *Online* Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri* (1):684–91.
- Sari, Prisca Dwi Ratna, Alfatih S. Manggabarani, and Renny Husniati. (2020). Pengaruh *Brand image*, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara *Online* Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja *Online* Zalora). *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* 1(0):727–38.
- Saskiana, Della. (2021). Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, e-Service, e-Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Pada Konsumen *Marketplace* Shopee Di Surabaya. *In Repostory Universitas Islam Sunan Ampel*.
- Setyawati, Defi, and Farah Oktafiani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett Whitening Pada Official Store Scarlett Whitening Di Shopee. *Relasi Jurnal Ekonomi* 19:107–19.

- Shopee. (2023). Shopee Careers. *Shopee Careers*. Retrieved March 7, 2023 (<https://careers.Shopee.co.id/about>).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Cetakan 1. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutrisno, I. Wayan Gede Antok Setiawan Jodi, Suria Alamsyah Putra, Muhamad Bakhar, and Ali Hanafiah. (2023). Analisis Pengaruh *Brand image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Street Boba. *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(1):571–78.
- UMK, Prodi Manajemen. (2021). Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- Wardhana, Aditya. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, and Aniek Indrawati. (2020). *Digital Marketing*. Vol. 4. Cetakan 1. Malang: Edulitera (Anggota IKAPI).
- Welsa, Henny, Putri Dwi Cahyani, and Muhammad Alfian. (2022). Pengaruh *Online Customer Review*, *Social Media Marketing* Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Melalui *Marketplace* . *Jurnal Manajemen* 14(2):416–24. doi: 10.30872/jmmn.v14i2.11038.
- Zainurossalamia, Saida. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Strategi*. Cetakan 1. Nusa Tenggara Barat: FP. Aswaja.